

**Fundação Centro de Pesquisas Econômicas
e Sociais do Piauí - CEPRO**

**Relatório de Pesquisa
Demanda Turística no Litoral do Piauí
(Parnaíba e Luís Correia)
Julho 2002**

**Teresina - Piauí
Setembro de 2002**

Estado do Piauí

Secretaria Estadual do Planejamento

Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais

Departamento de Estudos Sócio–Econômicos

Diretora: Rosário de Fátima F. Bacelar

Divisão de Estudos e Pesquisas

Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira

Divisão de Publicações

Almir Cassimiro Queiroga

ELABORAÇÃO

Carlos Ferreira Lima
Dulcinéa Maria Carvalho Lopes Ferreira
Gerson Portela Lima
Irismar Rosa da Silva Nunes Pantaleão
José Alcion de Oliveira Costa
Maria Geni da Silva Sousa
Rosário de Fátima F. Bacelar
Vera Lúcia Sousa Araújo

ENTREVISTADORES

Claudete Nascimento da Silva
Conceição de Maria Veras Cardoso
Francisca Maria de Araújo Aguiar
Gabriela Queiroz do Rêgo
Giselle Pereira Cardoso
Josilene da Costa Carvalho
Liliana Madeira Carvalho
Maria de Jesus Lima de Souza
Rosilene Pereira Goes
Sônia Maria Silva Cêlho

PROGRAMADOR

Eduyges Martins da Silva

DIGITAÇÃO

Marina Pereira de Melo

REVISÃO

Almir Cassimiro Queiroga
Luiz Augusto Fonseca Ferreira

CHECAGEM DA REVISÃO

Almir Cassimiro Queiroga

CAPA

Lis Melo

SUMÁRIO

Apresentação

1. Procedência dos Turistas.....	05
2. Perfil dos Turistas Entrevistados.....	08
2.1. Aspectos Pessoais.....	08
2.2. Aspectos Econômico–Financeiros.....	11
3. Meios de Transporte e de Hospedagem.....	13
4. Motivações e Atrativos da Viagem.....	14
5. Aspectos Espaciais.....	17
6. Avaliação Geral dos Turistas.....	19

APRESENTAÇÃO

O Estado do Piauí, através da pesquisa "Demanda Turística em Parnaíba e Luís Correia (PI)", realizada no período de alta estação, de 25 a 31.07.02, traz à divulgação do público especializado informações pormenorizadas do turismo no litoral piauiense.

Trata-se, portanto, de um trabalho que vem confirmar uma imagem positiva do potencial de lazer de nossas praias, bem como de suas belezas naturais, oferecendo aos turistas dados precisos sobre uma variedade de serviços que vão nortear decisões de preferência futuras acerca do destino Piauí.

Agatângelo Neiva Luz
Superintendente

Teresina, setembro de 2002

1. Procedência dos Turistas

De acordo com as informações coletadas em julho de 2002, os turistas que visitaram o litoral do Piauí, eram quase na totalidade de nacionalidade brasileira (97,9%). Em se tratando dos turistas estrangeiros, o índice correspondeu apenas a 2,1%.

Tabela 1
Procedência dos Turistas

Nacionalidade	Geral (%)
Brasil	97,9
Exterior	2,1
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2002

Os principais pólos emissores em nível internacional são: Alemanha, Áustria, Estados Unidos, França e Itália.

Tabela 2
Residência dos Turistas Internacionais

Países de Origem	(%)
Alemanha	7,7
Áustria	7,7
Estados Unidos	30,7
França	7,7
Itália	7,7
Outros	38,5
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2002

De acordo com a tabela 3 destacaram-se na condição de pólos emissores em termos nacionais o Estado do Piauí (59,0%), o Ceará (13,0%), o Maranhão e o Distrito Federal ambos com (7,7%). No que diz respeito às regiões brasileiras, sobressaíram-se, quanto ao fluxo de turistas para o litoral do Piauí: a região Nordeste, com 81,7%; o Centro-Oeste, com 7,2%; a região Sudeste, com 5,5%.

Tabela 3
Procedência dos Turistas

Regiões e Estados de Origem	(%)
Norte	5,1
Acre	-
Amapá	0,3
Amazonas	-
Pará	4,6
Rondônia	-
Roraima	0,2
Tocantins	-
Nordeste	81,7
Alagoas	-
Bahia	0,3
Ceará	13,0
Maranhão	7,7
Paraíba	0,5
Pernambuco	1,0
Piauí	59,0
Rio Grande do Norte	-
Sergipe	0,2
Sudeste	5,5
Espírito Santo	-
Minas Gerais	0,7
Rio de Janeiro	2,0
São Paulo	2,8
Centro-Oeste	7,2
Distrito Federal	7,0
Goiás	0,2
Mato Grosso	-
Mato Grosso do Sul	-
Sul	0,5
Paraná	0,3
Rio Grande do Sul	0,2
Santa Catarina	-
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2002

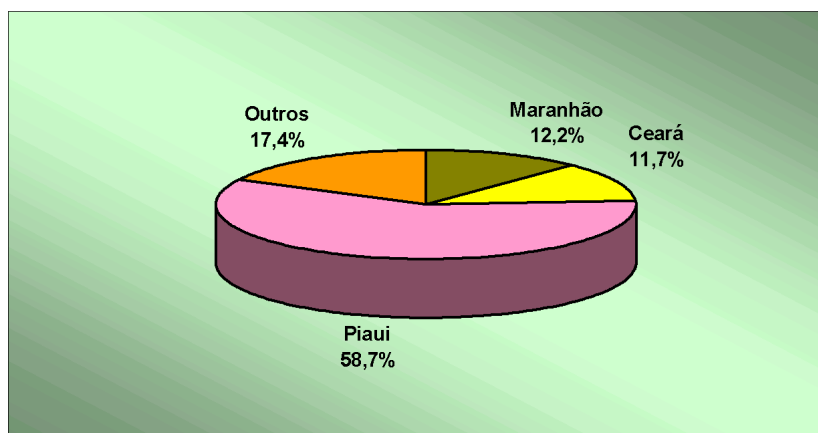
Quanto ao local de nascimento dos turistas nacionais, evidenciaram-se os Estados do Piauí, com um percentual de 58,7%; Maranhão (12,2%); Ceará (11,7%); Pará (3,2%); Rio de Janeiro (2,7%) e São Paulo (2,3%).

Tabela 4
Local de Nascimento dos Turistas

Estados	(%)
. Piauí	58,7
. Maranhão	12,2
. Ceará	11,7
. Pará	3,2
. Rio de Janeiro	2,7
. São Paulo	2,3
. Pernambuco	2,2
. Minas Gerais	1,3
. Distrito Federal	1,3
. Outros	4,4
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2002

Figura 1
Local de Nascimento dos Turistas



2. Perfil dos Turistas Entrevistados

2.1. Aspectos Pessoais

Observando-se a tabela 5, percebe-se que, entre os turistas que estiveram no litoral do Piauí, predominaram aqueles do sexo masculino, o qual corresponde a 61,4% no geral e a 75,7% na rede hoteleira.

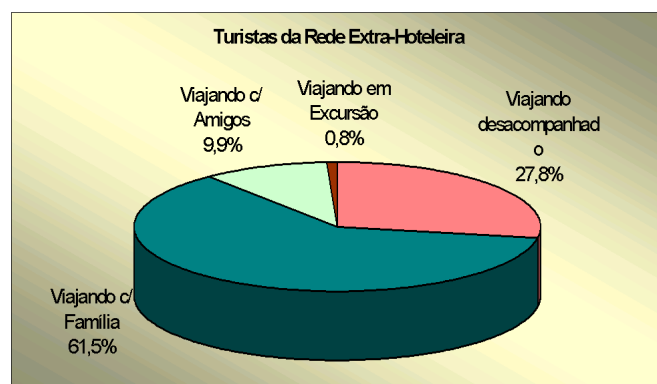
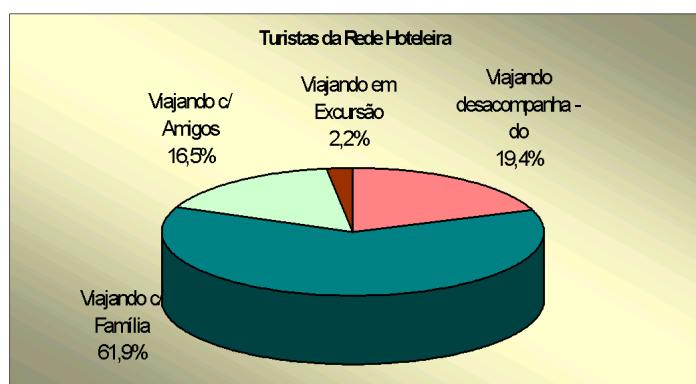
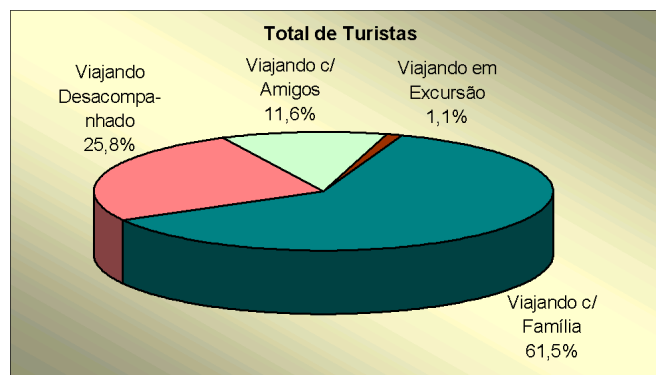
O percentual de turistas casados atingiu 56,8%. Dentre os entrevistados, 25,8% viajaram desacompanhados(sós) e 61,5%, com a família. Dos que utilizaram a rede hoteleira, 19,4% viajaram desacompanhados e, entre os de hospedagem extra- hoteleira, o percentual de turistas desacompanhados foi de 27,8%.

Tabela 5
Perfil dos Turistas Entrevistados (%)

Aspectos Pessoais	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sexo	100,0	100,0	100,0
Masculino	75,7	57,1	61,4
Feminino	24,3	42,9	38,6
Faixa Etária	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18 Anos	-	3,4	2,6
18 a 25 Anos	18,0	22,0	21,1
26 a 35 Anos	25,9	25,0	25,3
36 a 50 Anos	47,5	36,9	39,2
51 a 65 Anos	7,2	11,2	10,3
Acima de 65 Anos	1,4	1,5	1,5
Nível de Escolaridade	100,0	100,0	100,0
Fundamental	5,0	19,7	16,5
Médio	28,8	35,3	33,8
Técnico	2,9	1,7	2,0
Superior	63,3	43,1	47,5
Outros	-	0,2	0,2
Estado Civil	100,0	100,0	100,0
Solteiro	28,8	36,8	34,9
Casado	62,6	55,0	56,8
Viúvo	0,7	3,2	2,6
Separado	7,2	5,1	5,5
Outros	0,7	-	0,2
Nível de Sociabilidade	100,0	100,0	100,0
Viajando Desacompanhado	19,4	27,8	25,8
Com Amigos	16,5	9,9	11,6
Com a Família	61,9	61,5	61,5
Em Excursão	2,2	0,8	1,1
Número Médio de Pessoas que Viajavam com o Entrevistado	3,5	3,4	3,4

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO - julho de 2002

Figura 2
Nível de Sociabilidade



Verificou-se, ainda, que 1,8% dos entrevistados teve sua viagem organizada por agência. Já para os turistas que utilizaram a rede hoteleira, o percentual foi de 5,1% dos entrevistados.

Tabela 6
Organização da Viagem por Agência(%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Sim	5,1	0,8	1,8
Não	94,9	99,2	98,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

De maneira geral, entre as principais ocupações citadas, aparecem o funcionário público, com (25,4%); o estudante (12,2)% e o comerciante, com (7,2%).

Tabela 7
Ocupação Principal dos Turistas(%)

Ocupação / Profissão	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Professor	4,3	4,4	4,4
. Do Lar	-	4,0	3,1
.Funcionário Público	22,9	26,0	25,4
. Comerciante	7,1	7,2	7,2
. Estudante	8,6	13,3	12,2
. Engenheiro	7,9	1,3	2,8
. Aposentado	2,9	5,9	5,2
. Vendedor	10,0	3,8	5,2
. Advogado	2,9	1,3	1,6
. Empresário	5,0	3,8	4,1
.Bancário	-	1,1	0,8
. Contador(Auditor)	2,9	1,3	1,6
. Militar	0,7	0,2	0,3
. Enfermeiro	0,7	0,2	0,3
. Administrador	-	0,8	0,7
. Médico	3,6	1,1	1,6
. Técnico de Nível Médio	1,4	1,3	1,3
. Comerciante	2,1	1,9	2,0
. Jornalista	0,7	-	0,2
. Mecânico	0,7	-	0,2
. Analista de Sistemas	0,7	0,4	0,5
. Outras	14,9	20,7	19,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

2.2. Aspectos Econômico-Financeiros

Os turistas que estiveram no litoral do Piauí, no mês de julho, permaneceram em média 9,2 dias. Os turistas extra-hoteleiros permaneceram em média 10,7 dias, enquanto os da rede hoteleira tiveram uma permanência de 4,2 dias.

A média de gastos por turista foi de R\$172,00, correspondendo a R\$ 18,64 por dia.

Com relação aos turistas da rede hoteleira, a média de gastos alcançou R\$ 205,71, cerca de R\$ 49,37 por dia, por estar incluída nestes gastos 2,7 pessoas.

Tabela 8
Informações Econômico-Financeiras

Variáveis	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Permanência na Localidade	4,2	10,7	9,2
Gasto Aproximado na Localidade (R\$)	556,01	445,27	471,36
Pessoas Incluídas nos Gastos	2,7	2,8	2,7
Gasto per Capita (R\$)	205,71	161,75	172,00
Gasto per Capita/Dia (R\$)	49,37	15,11	18,64
Renda Média dos Entrevistados (R\$)	2.987,13	1.856,80	2.106,21

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

De modo geral, os itens que mais contribuíram para a efetivação desses gastos foram: alimentação (34,9%), diversões/passeios (27,0%), hospedagem (13,2%), transporte (11,9%) e compras (11,23%).

Tabela 9
Composição dos Gastos dos Turistas(%)

Gastos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Hospedagem	33,4	5,0	13,2
. Alimentação	26,4	38,3	34,9
. Transporte	7,8	13,6	11,9
. Compras	8,0	12,7	11,3
. Diversões / Passeios	23,4	28,5	27,0
. Outros	1,0	1,9	1,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

A Tabela 10 apresenta a distribuição dos gastos e da permanência média segundo os mercados emissores.

Tabela 10
Informações Gerais por Regiões, Estados e Países Emissores

Procedência	Participação (%)	Permanência (dias)	Gasto/ per Capita(R\$)	Gasto Per Capita/ Dia(R\$)
Nacional				
Norte	5,0	17,8	173,12	9,72
Acre	-	-	-	-
Amapá	0,3	10,0	168,75	16,88
Amazonas	-	-	-	-
Pará	4,6	18,9	178,78	9,46
Rondônia	-	-	-	-
Roraima	0,2	3,0	51,67	17,22
Tocantins	-	-	-	-
Nordeste	80,0	8,1	161,13	19,86
Alagoas	-	-	-	-
Bahia	0,3	3,5	322,00	92,00
Ceará	12,7	8,6	159,08	18,50
Maranhão	7,5	5,7	139,54	24,59
Paraíba	0,5	2,7	255,71	95,89
Pernambuco	1,0	9,7	253,16	26,19
Piauí	57,8	8,4	160,75	19,16
Rio Grande do Norte	-	-	-	-
Sergipe	0,2	2,0	213,00	106,50
Sudeste	5,4	7,8	188,40	24,19
Espírito Santo	-	-	-	-
Minas Gerais	0,7	3,0	289,52	96,51
Rio de Janeiro	2,0	6,3	155,28	24,52
São Paulo	2,8	9,9	201,89	20,31
Centro-Oeste	7,0	16,0	309,67	19,38
Distrito Federal	6,8	16,3	314,67	19,29
Goiás	0,2	2,0	100,00	50,00
Mato Grosso	-	-	-	-
Mato Grosso do Sul	-	-	-	-
Sul	0,5	4,7	365,25	78,27
Paraná	0,3	5,5	348,67	63,29
Rio Grande do Sul	0,2	3,0	415,00	138,33
Santa Catarina	-	-	-	-
Internacional	2,1	12,9	180,30	13,95
Estados Unidos	0,2	21,0	275,00	13,10
França	0,7	3,8	273,00	72,80
Alemanha	0,2	120,00	0,00	0,00
Áustria	0,2	0,3	215,00	71,67
Itália	0,2	1,7	47,50	47,50
Outros	0,6	11,0	779,00	469,00
Total	100,0	9,2	172,00	18,64

a) A região Norte apresenta uma permanência média de 17,8 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 9,72;

b) A região Nordeste registra uma permanência média de 8,1 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 19,86;

c) A região Sudeste mostra uma permanência média de 7,8 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 24,19;

d) A região Centro–Oeste revela uma permanência média de 16,0 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 19,38;

e) A região Sul aponta uma permanência média de 4,7 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 78,27.

No âmbito internacional, verifica-se a permanência média de 12,9 dias e um gasto *per capita*/dia de R\$ 13,95.

3. Meios de Transporte e Hospedagem

Quanto aos turistas entrevistados que estiveram no litoral do Piauí no mês de julho, 50,4% utilizaram como principal meio de transporte o ônibus, vindo em seguida o automóvel (48,5%) e o avião (0,8%).

Tabela 11
Demanda Turística por Meio de Transporte (%)

Meio de Transporte	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Ônibus	40,3	53,3	50,4
Automóvel	56,9	46,1	48,5
Avião	1,4	0,6	0,8
Outros	1,4	-	0,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

O percentual de turistas que utilizou a rede extra-hoteleira correspondeu a 77,4%, sobressaindo-se a residência de parentes e amigos como o principal meio de hospedagem com 46,9% de representação. Os que permaneceram na rede hoteleira atingiram o índice percentual de 22,6%.

Tabela 12
Demanda Turística por Local de Hospedagem(%)

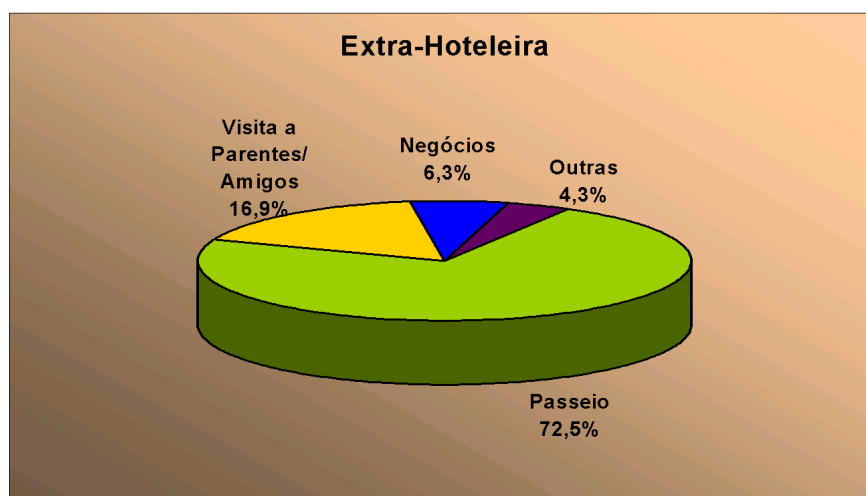
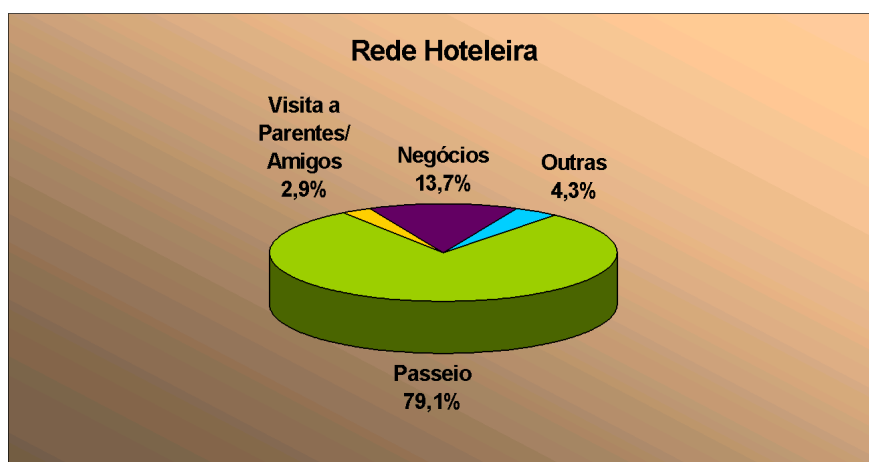
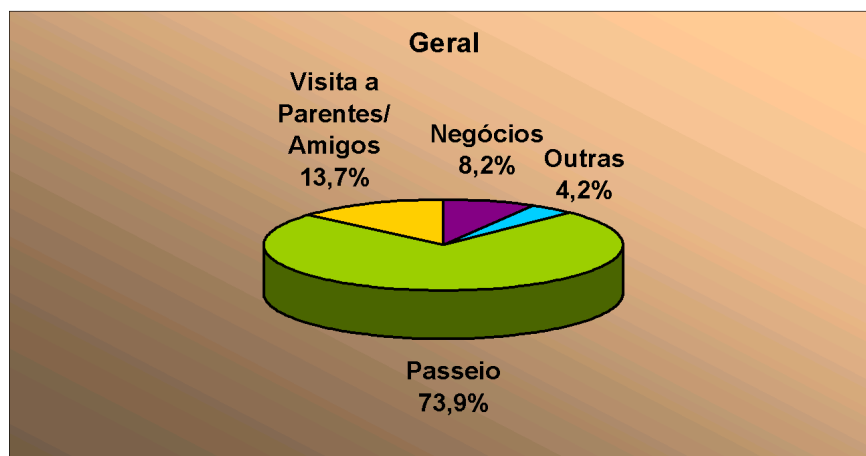
Hospedagem	Geral
Rede Hoteleira	22,6
Hotel	13,6
Flat / Apart-Hotel	-
Pousada	8,8
Pensão / Hospedaria	0,2
Rede Extra-Hoteleira	77,4
Casa / Apart de Aluguel	3,4
Casa Própria	23,0
Casa Parentes/Amigos	46,9
Camping	0,2
Outros	3,9
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

4. Motivações e Atrativos da Viagem

De um modo geral, por se tratar de uma região litorânea e de período de alta temporada, o principal motivo da viagem foi a realização de passeios (73,9%) , vindo em seguida de visita a parentes e amigos (13,7%). Para os turistas da rede hoteleira, o motivo passeios também foi significativo (79,1%). Em se tratando dos turistas extra-hoteleiro, a motivação pelo passeio e visitas a parentes e amigos se sobressaíram correspondendo a (72,5%) e (37,9%), respectivamente.

Figura. 3 - Motivações para a Viagem



É importante ressaltar que a viagem ao litoral (motivada pelo passeio) teve nos atrativos naturais um estímulo de 96,7%.

Tabela 13
Atrativos da Viagem – Motivo Passeio(%)

Atrativos	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Atrativos Naturais	93,7	97,6	96,7
Patrimônio Histórico	1,8	0,6	0,9
Manifestações Populares	-	-	-
Outros	4,5	1,8	2,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

O conhecimento prévio do local (83,3%) e os comentários de parentes/amigos (11,3%) foram os fatores determinantes da decisão quanto à escolha do litoral, para visitarem neste período.

Tabela 14
Influência da Viagem – Motivo Passeio(%)

Fatores Determinantes	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Comentários de Parentes/Amigos	14,5	10,3	11,3
Já Conhecia Local	68,2	88,2	83,3
Propaganda/Publicidade	8,2	0,9	2,7
Internet	4,5	-	1,1
Outros	4,6	0,6	1,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

A taxa de retorno do turista é analisada a partir de dois componentes disponíveis: o primeiro, de caráter “ex ante”, expresso na proporção de respostas afirmativas dos turistas que pretendem regressar ao litoral; e o segundo, de caráter “ex post”, correspondente ao número de entrevistados que afirmaram não ser a primeira vez que visitavam o litoral. Este segundo componente, por sua vez, é utilizado para indicar se a política de atração de turistas do Estado está tendo êxito.

Tabela 15
Taxa de Retorno do Turista ao Litoral(%)

Especificação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Visita ao Litoral			
Primeira Vez	25,2	11,5	14,6
Mais de Uma Vez	74,8	88,5	85,4
Total	100,0	100,0	100,0
Pretende Voltar ao Litoral			
Sim	97,8	97,7	97,7
Não	2,2	2,3	2,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Dos turistas consultados, apenas 14,6% declararam ser a primeira vez que visitam o litoral, enquanto 85,4% já o visitaram mais de uma vez. Quanto à taxa de retorno, 97,7% demonstraram pretensão de voltar ao litoral, sendo que, destes, 40,1% confirmaram a previsão de retornar ainda no decorrer do presente ano (2002).

Tabela 16
Quando Pretendem Voltar ao Litoral(%)

Previsão de Retorno	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
Em 2002	31,4	42,5	40,1
Em 2003	19,0	29,3	26,9
Outros	9,5	2,3	4,0
Sem Previsão	40,1	25,9	29,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

5. Aspectos Espaciais

Além do litoral (Parnaíba e Luís Correia), destacam-se como ponto de atração outros municípios do Estado, tais como: Piracuruca (13,6%), Teresina (12,2%), Picos (10,9%), Esperantina, Campo Maior e Floriano (8,2%).

Tabela 17
Principais Municípios Visitados Além do Litoral (*)

Municípios Visitados	Geral (%)	Permanência Média (dias)
Pólo Costa do Delta – Ecoturismo	34,0	3,5
Piripiri	6,8	2,2
Esperantina	8,2	4,7
Pedro II	2,7	3,5
Piracuruca	13,6	5,7
Barras	2,7	1,5
Pólo de Teresina- Eventos e Negócios	25,8	4,4
Teresina	12,2	5,4
Campo Maior	8,2	3,2
Monsenhor Gil	1,3	3,1
José de Freitas	4,1	6,0
Pólo das Origens - Turismo Arqueológico	4,0	3,2
São Raimundo Nonato	2,7	3,5
Caracol	1,3	3,0
Pólo Histórico – Cultural	10,9	5,8
Floriano	8,2	8,7
Oeiras	2,7	3,0
Pólo do Agronegócio	1,3	22,0
Bom Jesus	1,3	22,0
Outros	24,0	8,5
Picos	10,9	9,4
Buriti dos Lopes	2,7	2,0
Luzilândia	1,3	30,0
Anísio de Abreu	1,3	10,0
Canto do Buriti	1,3	4,1
Corrente	1,3	5,0
Demerval Lobão	1,3	2,0
Joaquim Pires	1,3	2,0
Murici dos Portelas	1,3	1,0
Paulistana	1,3	20,0
Total	100,0	6,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

(*)Litoral igual a Parnaíba e Luís Correia

6. Avaliação Geral dos Turistas

A Tabela 18 mostra a avaliação realizada pelo visitante do produto turístico consumido.

Tabela 18
Litoral do Piauí–Avaliação Geral dos Turistas(%)

Itens Avaliados	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Índice
Atrativos						
Naturais	40,5	48,6	9,3	1,1	0,5	78,2
Patrimônios Históricos	10,4	55,1	30,1	3,2	1,2	31,0
Manifestações Populares	7,5	50,8	35,2	4,0	2,5	16,6
Equipamentos e Serviços Turísticos						
Equipamentos de Lazer	14,6	54,8	25,1	4,0	1,5	38,8
Passeios Oferecidos	13,3	51,2	30,0	3,1	2,4	29,0
Serviços Receptivos/Empresas	11,1	54,7	26,5	3,7	4,0	31,6
Hospitalidade do Povo (*)	29,5	58,7	10,3	0,8	0,7	76,4
Informação Turística	9,2	40,6	31,5	12,0	6,8	-0,5
Sinalização Turística	5,8	40,1	36,0	10,8	7,3	-8,2
Guias de Turismo	8,0	43,2	28,4	14,8	5,7	2,3
Meios de Hospedagem	14,0	67,6	16,8	0,6	1,1	63,1
Bares e Restaurantes	10,6	47,0	30,0	6,4	6,0	15,2
Comércio/Compras	4,7	43,5	38,8	7,6	5,4	-3,6
Diversões Noturnas	17,8	48,6	20,5	9,4	3,6	32,9
Serviços de Táxis	7,2	40,4	24,7	18,1	9,6	-4,8
Infra-Estrutura						
Comunicações Correios/Fone	14,3	59,6	20,0	3,4	2,7	47,8
Sinalização Urbana	5,4	52,7	31,0	6,6	4,3	16,2
Segurança Pública	7,7	49,3	29,3	7,4	6,3	14,0
Limpeza Pública	7,0	41,9	31,2	12,0	8,0	-2,3
Ônibus Urbano	2,9	29,1	36,0	18,9	13,0	-36,0
Terminal Marítimo/Fluvial	5,6	47,9	38,0	5,6	2,1	7,8
Terminal Rodoviário	4,9	42,6	33,4	11,4	7,7	-9,0
Aeroporto	0,0	33,3	0,0	13,3	33,3	-13,3

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

(*) Item que obteve conceito (BOM+ÓTIMO) – (REGULAR+RUIM+PÉSSIMO) de, pelo menos, 80% na avaliação dos entrevistados

Os atrativos naturais do litoral piauiense receberam da parte do visitante uma avaliação positiva (78,2%), chegando quase a atingir o índice de (80%).

No tocante aos Equipamentos e Serviços Turísticos, apenas a hospitalidade do povo, de um total de doze itens avaliados, obteve um índice de avaliação também próximo a 80,0% (76,4%). No aspecto de infra-estrutura do litoral, o item mais expressivo foi comunicações (correios/fone), encontrando-se, não obstante, distante da avaliação de pelo menos 80,0%(no caso, 47,8%).

Os itens com os menores índices de avaliação foram: ônibus urbano (-36,0%), aeroporto(-13,3%), terminal rodoviário (-9,0%), sinalização turística (-8,2%), serviços de táxis (-4,8%), comércio/compras (-3,6%), limpeza pública (-2,3%), informação turística (-0,5%) e guias de turismo(2,3%).

Tabela 19
Avaliação dos Preços Pagos(%)

Avaliação	Rede Hoteleira	R. Extra-Hoteleira	Geral
. Baixos	5,0	2,3	2,9
. Razoáveis	60,5	48,5	51,3
. Elevados	23,0	32,0	29,9
. Exorbitantes	11,5	17,2	15,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO- julho de 2002

As opiniões dos turistas em relação aos preços praticados revelam que 51,3% dos entrevistados consideraram os preços razoáveis, enquanto 45,8 % dos turistas acharam os preços elevados e exorbitantes.

Quanto aos itens que mais agradaram aos visitantes, em geral aparecem: praias (45,2%), clima (12,9%) e hospitalidade do povo piauiense (7,4%).

Tabela 20
Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (continua)

Aspectos Positivos	(%)
Condições Ambientais	72,1
.Beleza das Praias	45,2
.Clima	12,9
.Belezas Naturais	6,3
.Lagoa do Portinho	2,4
.Delta do Parnaíba	4,2
.Praias Limpas	1,1
Infra-Estrutura Urbana	8,8
.Tranqüilidade da Cidade	3,2
.Porto das Barcas	0,8
.Paisagismo	0,8
.Trânsito Moderado	0,3
.Cidade Bem Iluminada	0,3
.Saneamento Básico	0,3
.Segurança Pública	1,6
.Limpeza da Cidade	0,3
.Beira Rio	0,3
.Iluminação das Praias	0,3
.Fácil Acesso para o Litoral	0,3
.Crescimento da Cidade	0,3
Infra-Estrutura Turística	5,6
.Diversão Noturna	1,1
.Culinária	1,3
.Restaurantes/Bares	1,1
.Meios de Hospedagem	0,5
.Passeios	1,6
Educação, Informação e Comunicação	10,1
.Hospitalidade do Povo	7,4
.Amigos e Familiares	1,6
.Aspecto Cultural/Histórico	0,3
.Festas Populares	0,8
Comércio e Serviços	2,0
.Comércio	1,1
.Serviços de Táxi	0,3
.Serviços de Hotel	0,3
.Feiras Empresariais	0,3

Principais Aspectos Positivos Apontados pelos Turistas (conclusão)

Aspectos Positivos	(%)
Outros	1,4
. Beleza das Piauienses	1,1
. Tudo (cidade em geral)	0,8
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Em geral, os itens que mais desagradaram, na opinião dos entrevistados, foram os seguintes: falta de limpeza pública (12,7%), atendimento nos restaurantes (10,5%) falta de conservação das rodovias (8,0%), preços elevados (6,3%), sujeira na praia (5,1%) e falta de segurança (4,7%).

Tabela 21
Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (continua)

Aspectos Negativos	(%)
Condições Ambientais	7,5
. Sujeira na Praia	5,1
. Clima	0,8
. Poluição Sonora	1,2
. Falta de Arborização	0,4
Infra-Estrutura Urbana	41,3
. Falta de Limpeza Pública	12,7
. Falta de Segurança	4,7
. Transporte Coletivo Deficiente	4,3
. Calçamento Péssimo	0,4
. Mercado/Feira	0,8
. Sinalização Urbana Precária	1,6
. Falta de Saneamento	1,2
. Iluminação Pública	1,2
. Vias Urbanas	1,2
. Congestionamento no Centro da Cidade	0,4
. Centro da Cidade	0,4
. Falta de Conservação das Praças	0,4
. Falta de Conservação das Rodovias	8,0
. Falta de Conservação da Rodoviária	0,8
. Cidade sem Infra-Estrutura	1,6
Infra-Estrutura Turística	10,7
. Falta de Opção de Lazer	2,0
. Falta de Infra-Estrutura nas Praias	2,7
. Serviço dos Hotéis	0,8
. Receptivo das Empresas Turísticas	0,8
. Meios de Hospedagem	1,2
. Sinalização Turística	0,4
. Falta de Infra-Estrutura nos Bares/Restaurantes	2,4
. Artesanato Pouco Diversificado	0,4

Aspectos Negativos Apontados pelos Turistas (conclusão)

Aspectos Negativos	(%)
Educação, Informação e Comunicação	6,8
. Falta de Informações Turísticas	1,6
. Despreparo no Relacionamento com o Turista	2,4
. Falta de Educação dos Taxistas	0,4
. Serviço de Comunicação	0,8
. Falta de Solidariedade das Pessoas	0,4
. Falta de Preservação do Patrimônio Histórico/Cultural	0,4
. Falta de Educação no Trânsito	0,4
. Falta de Divulgação do Artesanato Local	0,4
Comércio e Serviços	23,6
. Preços Elevados	6,3
. Serviços de Saúde	0,8
. Comércio	2,0
. Atendimento Bancário	1,2
. Falta de Ônibus Interestadual	0,4
. Falta de Vãos para Parnaíba	0,8
. Velocidade Excessiva dos Transportes Coletivos	0,4
. Atendimento nos Restaurantes	10,5
. Preço do Transporte Coletivo	0,4
. Falta de Táxi	0,8
Outros	10,1
. Desemprego	1,2
. Pobreza / Mendicância (esmolas)	0,8
. Má Administração Pública	1,6
. Falta de Investimento em Indústrias	0,8
. Pernilongos	0,7
. Marginalidade/Drogas	0,4
. Trânsito na Praia	3,5
. Praias Lotadas	0,8
. Maus-Tratos com Crianças	0,3
Total	100,0

Fonte: Pesquisa Direta CEPRO – julho de 2002

Nota Metodológica

A Pesquisa da Demanda Turística no Litoral do Piauí (Parnaíba e Luís Correia) foi realizada através de pesquisa direta, tendo-se determinado como pontos para a abordagem do turista os principais portões de saída do litoral, tais como: Rodoviárias, BRs e PIs. O levantamento de campo foi realizado no período de 25 a 31 de julho de 2002, tendo sido entrevistados, efetivamente, nesse período, o total de 614 turistas receptivos.